



Vol 7, Nº 17 (diciembre/desembro 2014)

OS ESPAÇOS MUSEOLÓGICOS NA PROMOÇÃO DO DESTINO ÉVORA (PORTUGAL): ESTUDO DE CASO

Sabina Santos¹

Universidade de Évora
sabinampsantos@gmail.com

Noémi Marujo²

Universidade de Évora/ISCE/IGOT-CEG
noemi@uevora.pt

Resumo

Os museus exercem um papel fundamental na promoção do turismo e no desenvolvimento de áreas rurais e urbanas. Eles preservam a identidade cultural de uma sociedade e possibilitam aos mais jovens um contato com a cultura e história do passado. Os museus desempenham uma função crucial dentro do turismo cultural e são, em muitos casos, um motivo de atração para muitos turistas. É, muitas vezes, através dos museus que os visitantes ficam a conhecer os hábitos e costumes de uma certa sociedade. O presente artigo pretende analisar o contributo dos museus da cidade de Évora na promoção do destino. Para atingir o objetivo foi aplicado um inquérito por questionário aos visitantes dos museus e núcleos museológicos e uma entrevista aos responsáveis pelos referidos espaços.

Palavras-Chave: Museus, Turismo, Promoção, Desenvolvimento, Cidade de Évora.

¹ Licenciada em Turismo pela Universidade de Évora. Mestranda em Gestão e Valorização do Património Histórico e Cultural – Universidade de Évora

² Doutorada em Turismo. Diretora da Licenciatura em Turismo na Universidade de Évora (Portugal). Investigadora do IGOT-CEG (Linha de Investigação em Turismo, Cultura e Território).

Abstract

The museums have a vital role in the promotion of tourism and in the development of urban and rural areas. They preserve the cultural identity of a society and make possible to young people to have contact with the culture and history of the past. The museums include a crucial function within the cultural tourism and they are, in many cases, a reason of attraction for more tourists. It is often through museums that visitors get to know the traditions and the identity of a particular society. This article analyzes the contribution of museums in the city of Évora (Portugal) in the promotion of the destination. In this research process was applied a questionnaire to visitors of museums and interviews to the museums' directors.

Key-Words: Museums, Tourism, Promotion, Development, Évora City.

1-INTRODUÇÃO

Os museus funcionam como lugares de memória coletiva. A preservação da história e da cultura de um povo está muitas vezes espelhada nos museus. Eles são, cada vez mais, um instrumento de interpretação das culturas e dos grupos sociais (Pérez, 2009). Para este autor, os museus têm uma função social imprescindível que consiste, especialmente, na interpretação dos modos de vida de uma determinada sociedade. Por isso, considera que “se o museu não existisse, era mesmo preciso inventá-lo” (Pérez, 2009: 185).

Os museus são momentos ‘vivos’ onde muitos podem recordar o passado. Por outro lado, familiarizar-se com a história de uma sociedade pode ser uma das motivações para viagens mais estimulantes. Hoje, o turista quando visita um lugar ou um destino turístico procura sempre aprender algo de novo sobre a cultura visitada e, por isso, os museus constituem uma atração turística para muitos visitantes e turistas. Portanto, “o museu, através do turismo, intensifica a prática cultural” (Pérez, 2009: 205).

Os museus constituem um pilar fundamental para o desenvolvimento do turismo. Em muitas cidades os museus são cada vez mais trabalhados para o turismo, e constituem um motivo de atração para muitos visitantes. É, muitas vezes, através dos museus que os visitantes ficam a conhecer os hábitos e costumes de uma certa sociedade. Sublinhe-se que, na atualidade, é a herança cultural de um povo que surge como uma das principais motivações do turista cultural. Assim à medida que a compreensão sobre a cultura aumenta, os visitantes demonstram maior curiosidade

sobre a história, as tradições, associados ao que está exposto e ao que ainda falta conhecer (Gonçalves, 2012).

Para Barretto (2008:1), o museu é um veículo adequado “para mostrar o passado fielmente recriado e as culturas fielmente retratadas aos turistas que assim o desejam, permitindo que a sociedade visitada se insira na sociedade globalizada”. Mas, o museu não tem como única função ser ‘vendido’ ao turista. Os museus baseiam-se num sistema de trocas, de circulação de informações, de mensagens e discursos, de bens materiais e imateriais (Horta, 1994). Eles são sempre o reflexo da sociedade e da sua estruturação (Gomes, 2013). Os museus devem ser visionados como “um núcleo de projeção cultural e social, com uma contínua e decisiva função didática e com uma aproximação viva à cultura” (Martos e Santos, 2004:80).

Os museus funcionam como uma espécie de ‘baú’ onde os mais ‘velhos’ podem recordar o passado, onde os mais ‘jovens’ procuram dar continuidade à herança da cultura e da história da sociedade na qual estão inseridos. Por outro lado, podem ser uma oportunidade para muitas crianças entrarem em contacto com os artefactos do passado.

2-MUSEUS E TURISMO

Hoje, muitos museus estão a adaptar os seus espaços para o desenvolvimento do turismo criativo, ou seja, para que o visitante ou turista tenha a oportunidade de não só observar, mas experimentar e aprender. No entanto, é necessário saber como é que esse conhecimento deve ser transmitido ao visitante, de que forma é que ele deve interpretar os objetos do passado. Portanto, não basta o ‘olhar’ do turista, ou seja, o contato imediato não é suficiente para que o visitante possa obter um conhecimento imediato dos objetos. Ou seja, o que dá vida a um artefacto do passado é o discurso que existe sobre ele (Santos e Marujo, 2013). Sublinhe-se que muitas pessoas não visitam alguns museus pelo facto de não perceberem uma ligação entre o conteúdo intrínseco às exposições e o seu quotidiano (Shouten, 1995).

O turismo utiliza cada vez mais as singularidades dos lugares para atrair turistas e visitantes. Nessas peculiaridades, os museus surgem em algumas cidades como atrações principais para o consumo do turismo como, por exemplo, o Museu Guggenheim em Bilbao ou a Ilha dos Museus em Berlim. Hoje, eles não se apresentam apenas como um valioso repositório da história e cultura de um povo, mas também como uma estratégia de desenvolvimento para muitos destinos. Por outro lado, e em alguns casos, promovem a atração de turistas. De facto, “os turistas podem

impressionar-se e ser emocionalmente atraídos por uma obra de arte, um festival, um espetáculo musical, ou por um edifício ou um objecto num museu” (Robinson e Picard, 2005:10).

O museu, na sua relação com o turismo, tem sido essencial na produção de cultura e património cultural (Pérez, 2009). De facto, o museu é um produto complementar e um agente impulsionador do desenvolvimento do turismo cultural. Para muitos turistas, este tipo de turismo compreende a cultura como a principal atração. Aliás, sem cultura material e imaterial não há turismo. Em muitos destinos, ela constitui a principal motivação para a prática do turismo. De facto, “se o turismo cultural está relacionado com a identidade cultural e histórica das diferentes sociedades, então, a motivação do turista cultural pode estar associada à procura pelo conhecimento de outras culturas” (Marujo *et al*, 2013: 4).

Nos últimos anos, a temática sobre museus e turismo tem sido alvo de teses e trabalhos de investigação. Esta dualidade continua a fomentar algumas controvérsias, especialmente, a nível académico. Para Santos (2012), é importante estabelecer uma forma de comunicação entre as duas áreas (museus e turismo) de forma a atingir os objetivos pretendidos, pois o museu necessita de públicos e o turismo precisa de garantir a sustentabilidade cultural para que possa fomentar esses públicos. A discussão sobre os museus e o turismo pode ser abordada em duas perspetivas: “uma primeira segundo a qual o museu integra ofertas que pelo seu valor e simbolismo atraem turistas à sua visita; e uma outra, que se coloca do lado do turista como indivíduo que exige e que tem necessidades e expectativas que procura preencher na visita ao museu” (Gonçalves, 2012: 140).

Featherstone (1998) argumenta que os museus deviam deixar de ser museus exclusivos de educação e tornarem-se ‘espaços fascinantes’ que apresentam imagens espetaculares e simulações. Refira-se, no entanto, que a principal função do museu deve ser a conservação e valorização da história de um lugar. Os museus podem e devem ser trabalhados para o turismo, mas a sua principal função é serem guardiões do passado. Portanto, os museus, não devem ser condenados a instituições destinadas a estudos especializados ou a lugares para turistas em busca do exótico (Valladares, 2010).

3-ESTUDO DE CASO

Évora é uma ‘cidade museu’ que ostenta diferentes singularidades. O seu centro histórico que engloba o património cultural material e imaterial apresenta-se

como um cartão de identidade para atrair visitantes e turistas ao longo de todo o ano (Marujo *et al*, 2013).

A classificação da cidade de Évora pela UNESCO, em 1986, como ‘Património Mundial’ projetou a cidade para o consumo do turismo internacional. “Hoje, a cidade de Évora é visitada por milhares de turistas que através do seu olhar e das suas máquinas fotográficas percorrem as mais distintas ruas estreitas à procura de registos do passado e dos estilos de vida da população eborense” (Marujo *et al*, 2013: 2). Para estes autores, o valor patrimonial de Évora tem contribuído para que a atividade turística na cidade desempenhe um papel fundamental na economia local. Sublinhe-se que os recursos endógenos do concelho de Évora, o legado histórico e cultural articulado entre o tecido urbano e rural, a melhoria das acessibilidades e as diversas tipologias de alojamento, geram a capacidade de afirmação da cidade como um destino turístico diferenciado.

A cidade de Évora engloba na atualidade os seguintes museus e núcleos museológicos (Tabela I) que procuram preservar o património material e imaterial.

Tabela I – Museus e Núcleos Museológicos de Évora

Museu de Évora
Museu do Relógio - Pólo de Évora
Museu de Arte Sacra da Catedral de Évora
Colecção de Carruagens
Convento dos Remédios - Espaço Museológico
CEA - Antiga Central Elevatória das Águas da cidade de Évora
Núcleo Museológico de Metrologia - Casa da Balança Unidade de Museologia
Ludoteca – Núcleo museológico do Brinquedo
MADE-Museu de Artesanato e Design de Évora
Núcleo Museológico do Alto de S. Bento

Fonte: Elaboração Própria

4- METODOLOGIA

As necessidades e tendências da atualidade despertam um novo olhar sobre o património cultural local, no sentido de repensar novas estratégias e atrair novos públicos. Os museus da cidade de Évora não constituem a principal motivação para visitar a cidade, mas funcionam como uma oferta complementar ao designado turismo cultural. O turista antes colecionava obras de arte, selos, postais. Mas, hoje o turista coleciona experiências e, por isso, “o museu exerce um papel importante na produção de experiências turísticas, desde que seja planeado e articulado com os outros equipamentos culturais, entidades públicas e privadas” (Santos, 2012: 45).

O presente artigo tem como principal objetivo analisar o contributo dos museus na promoção do destino Évora. Assim, optou-se por seguir a abordagem qualitativa e quantitativa, pois segundo Marujo (2012), uma investigação em turismo poderá ser muito mais rica se adotar na sua pesquisa as duas abordagens. Por outro lado, e para atingir o objetivo da investigação, procedeu-se à realização de entrevistas aos responsáveis dos seguintes museus e núcleos museológicos³: Museu de Évora, Museu de Arte Sacra da Sé Catedral, CEA – Antiga Central Elevatória da Água e LUDOTECA – Núcleo Museológico do Brinquedo. Foi aplicado também um inquérito por questionário aos visitantes dos museus (Fim-de-Semana da Páscoa em 2012). No método de amostragem, optou-se por uma amostra não-probabilística por conveniência, o que significa que não é possível fazer generalizações para a totalidade da população. No total foram aplicados 61 inquéritos por questionário⁴.

5- ANÁLISE DAS ENTREVISTAS

As entrevistas aplicadas (Abril de 2012) aos responsáveis pelos Museus e Núcleos Museológicos revelaram que todos eles concordam que os referidos equipamentos culturais contribuem para a valorização/promoção do destino Évora, mas também para o enriquecimento cultural do visitante.

O responsável pelo Núcleo Museológico do Brinquedo considera, por exemplo, que “o museu promove o destino como oferta complementar, mas também tem o potencial de encantar os turistas que vêm visitar Évora”. Para este entrevistado, e no caso do Núcleo Museológico do Brinquedo, “o núcleo seduz e encanta os turistas porque tem brinquedos de varias épocas e é um recordar da infância de certas pessoas. Temos brinquedos que são feitos em madeira, em cortiça e também da região de Évora...”.

Segundo o responsável da CEA (Antiga Central Elevatória da Água), a referida unidade museológica valoriza o destino dado que ela “abarca muitos conhecimentos sobre a história da cidade”. Por outro lado considera que ela remete, após a visita do turista, para “o conhecimento de outros monumentos como, por exemplo, o Aqueduto da Água de Prata, a Fonte da Praça do Giraldo, a Fonte das Portas de Moura, etc.”. O entrevistado destaca que através daquele espaço “o visitante fica a conhecer um

³ Sublinhe-se que, dos contactos realizados, apenas quatro responsáveis estiveram disponíveis para efetuar as entrevistas.

⁴ O trabalho de campo (aplicação dos inquéritos) teve limitações como, por exemplo, o clima que se fez sentir no período da Páscoa. Foi muito chuvoso, o que influenciou o fluxo de visitantes e que, por sua vez, dificultou a aplicação dos inquéritos.

pouco de toda a história da cidade ao longo do tempo a nível de crescimento de população, de abastecimento de água, o tipo de casas, o tipo de equipamentos que teve de se construir para abastecer a população. Portanto, a unidade museológica da água acaba por abarcar muitos conhecimentos e transmite muitos conhecimentos sobre a história da cidade”.

Segundo o diretor do Museu de Évora, “os museus são um elemento valorizador da cidade como destino turístico a ser consumido. Évora é um destino cultural onde os museus fazem parte da sua essência, No entanto, a principal função do museu é preservar a história e cultura”. Para o responsável, “a realidade do museu surge antes do turismo” e, portanto, considera que ele é um elemento marcante na cidade de Évora. Todavia, sublinha que não se deve falar em “museus e turismo, mas sim em museus e a sua relação com o turismo”. Por sua vez, o director do Museu de Arte Sacra refere que o museu tem “um papel especial” na valorização do destino porque reflete a “identidade cultural ligada à fé e à arte”.

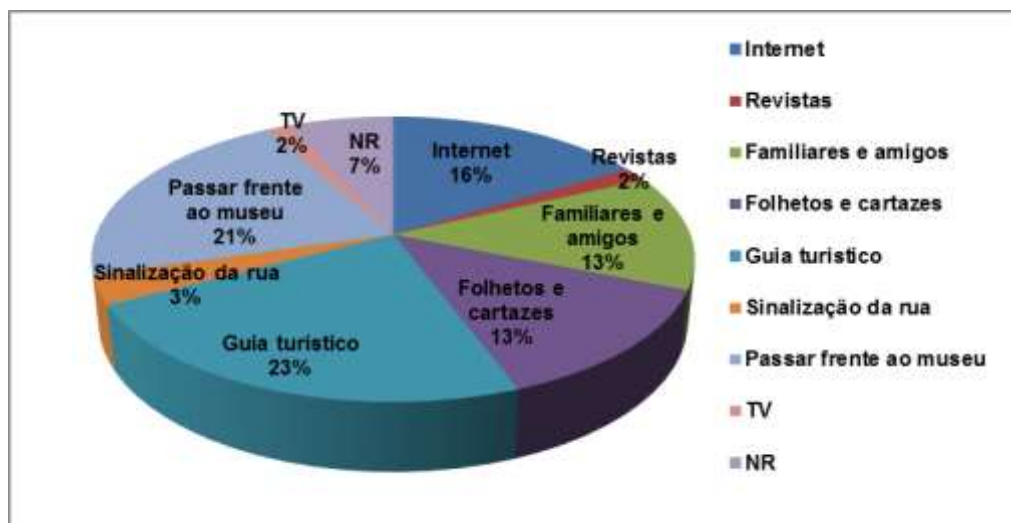
6-ANÁLISE DO INQUÉRITO POR QUESTIONÁRIO

Na análise dos dados verificou-se que, dos 61 inquiridos, 54% são do sexo feminino e 46% do sexo masculino. Quanto à nacionalidade, aferiu-se que 59% dos inquiridos eram de Portugal, 23% de Espanha, 4,9% da Alemanha, 3,3% do Reino Unido, 3,3% da França, 3,3% do Brasil, 1,6% do Canadá e 1,6% da Finlândia. Apurou-se ainda que a maioria dos visitantes tem como habilitações literárias o ensino superior.

Na visita a Évora, 37% dos inquiridos responderam que aquela era a sua primeira visita, enquanto 59% dos visitantes estavam numa visita repetida. Sublinhe-se que 3,3% dos inquiridos não responderam a esta questão.

Relativamente às fontes de informação para visitar o museu (Gráfico I) constatou-se que 23% dos inquiridos teve conhecimento através de um ‘guia turístico’, enquanto 21% dos visitantes teve conhecimento porque ‘passou em frente ao museu’, o que significa que nem todos os espaços estão divulgados.

Gráfico I – Fontes de informação para visitar o museu

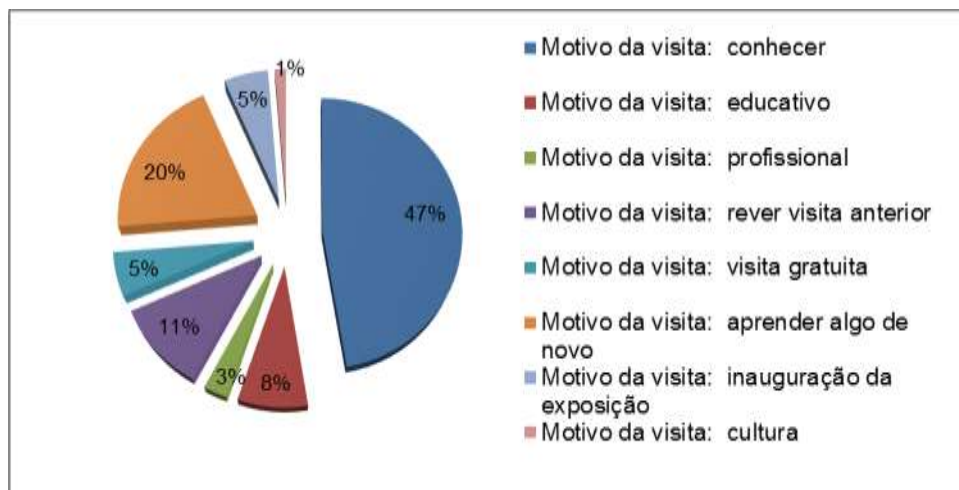


Fonte: Elaboração Própria

Quanto à visita ao museu, 76% dos inquiridos referiram que estavam em primeira visita, enquanto 21% respondeu que estava em visita repetida. Quanto ao acompanhamento da visita ao museu, apurou-se que 34% dos inquiridos visitaram o museu acompanhado do 'esposo (a)', 30% com 'amigos', 26% em 'companhia da família' e 10% dos visitantes realizaram a visita 'sozinhos'.

Nas motivações (Gráfico II) para visitar o museu aferiu-se que estas prendem-se sobretudo com o desejo de 'conhecer' a cultura do museu (47%). Refira-se que o turista cultural, ao procurar escapar de uma cultura global, procura novos interesses de viagem relacionados sobretudo com a cultura singular de cada cidade, vila ou aldeia (Marujo *et al*, 2013). Aliás, a relação entre turismo cultural e Cidades Património Mundial pode estar associada ao interesse do turista pela cultura/herança do passado (Marujo *et al*, 2013). No caso de Évora, o turista procura os atributos culturais que estabeleçam uma ligação ao passado e, portanto, o museu pode ser um bom indicador dessa autenticidade.

Gráfico II – Motivações para visitar o museu



Fonte: Elaboração Própria

O segundo fator motivacional mais referido foi 'aprender algo de novo' com 20%. Por outro lado, 11% dos visitantes referiram que a sua motivação para visitar o museu estava relacionada com o 'rever da visita anterior'. Outra motivação referida foi a questão 'educativa' com 8%. Para 5% dos inquiridos, a motivação estava associada à 'inauguração da exposição' e, também, com 5%, à 'visita gratuita'. Para 3% dos visitantes, a motivação estava associada a 'motivos profissionais'.

Na satisfação global dos visitantes ao museu, 41% dos inquiridos responderam que ficaram 'muito satisfeitos', 50,8% 'Satisfeitos' e 6,6% 'Muito Insatisfeitos'. Note-se que 1,6% não respondeu. Assim, 98,4% dos inquiridos referiu que iria recomendar o museu que visitou, enquanto 1,6% salientou que não vai recomendar. Saliente-se ainda que para 38% dos inquiridos, a visita ao museu esteve 'acima das expetativas', enquanto para 57% esteve 'dentro das expetativas'.

Relativamente ao Museu enquanto elemento valorizador do destino Évora, 88,5% dos inquiridos concorda com a valorização do destino através do museu, e apenas 11% não tem opinião. Assim estes espaços, guardiões do passado e da história da cidade e da região, são também equipamentos que podem proporcionar ao visitante uma experiência única. Aliás para muitos inquiridos, e após a visita ao museu, a imagem que fica na mente é a 'antiguidade'; a 'época romana'; a 'história'; a 'cultura'; a 'pintura' e a 'arte'.

7- CONCLUSÃO

Hoje, os museus constituem um recurso turístico de excelência. É verdade que a sua principal função é conservar e valorizar a história de uma determinada sociedade. Mas eles, cada vez mais, são trabalhados de uma forma ‘viva’ para funcionarem como laboratórios de experiência cultural para os turistas. Como afirma Barretto (2001:66), “o papel social dos museus não pode ser dissociado da motivação dos seus visitantes que é, na maior parte dos casos, educação, aquisição de cultura, entretenimento ou divertimento”. Por outro lado, muitos deles encontram no turismo uma fonte de sustentação e, por isso, devem também proporcionar experiências criativas aos seus visitantes.

O estudo de caso demonstrou que a dualidade entre museus e turismo existe. Todavia, se este dualismo for trabalhado em parceria poderá ser um fator determinante para o visitante na seleção do destino ‘Évora – Cidade Museu’. A investigação revelou algumas fragilidades por parte das unidades museológicas como, por exemplo, a falta de sinalética e a informação interna para os visitantes.

De uma forma geral, responsáveis e visitantes consideram que o museu valoriza o destino Évora e contribui para o enriquecimento cultural. Constatou-se, ainda, que a cidade de Évora como destino turístico é uma realidade consolidada, motivada sobretudo pelo património, e é neste sentido que os museus têm um papel importante no destino. Por outro lado, aferiu-se também que os diretores dos museus e núcleos têm um desempenho fundamental na forma como organizam e divulgam a oferta museológica.

Verificou-se que não existe uma rota dos museus em Évora. Um projeto desta natureza será interessante porque muitos dos turistas que visitam a cidade, e até mesmo os residentes, não têm conhecimento de todos os espaços museológicos e, também, do valor histórico simbólico e patrimonial que neles habita. Por outro lado, é necessário que estejam abertos ao público e com horários mais flexíveis.

A realização deste estudo poderá beneficiar os museus e a sua forma de atuar, sobretudo, na procura por novas alternativas para satisfazer os desejos dos visitantes. Refira-se que o museu é um espaço privilegiado de transmissão do conhecimento, mas é necessário que esta aprendizagem não seja estática. Por outro lado, a produção de experiências memoráveis está ao alcance de pequenas verbas. O museu de Évora será de todos o que mais trabalha neste sentido, mas é necessário continuar a fazê-lo e a envolver turistas e população local. Assim, conclui-se que não há museus

sem público, tal como não há destino sem turistas e, por isso, esta é uma realidade que deverá ser trabalhada conjuntamente entre os diferentes actores do turismo.

8- REEFRÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARRETTO, M. (2001): “Turismo e Legado Cultural”. Editora Papirus, São Paulo.

BARRETTO, M. (2008): “Os Museus e a Autenticidade no Turismo”. *Revista Itinerarium*, V. 1, p.1-24.

FEATHERSTONE, M. (1998): “Consumer, Culture and Post-Modernism”. Sage Publications, London.

GOMES, A. (2013): “Turismo Cultural e Museus: O caso do museu do Abade de Baçal”. Dissertação de Mestrado em Lazer, Património e Desenvolvimento, Universidade de Coimbra.

GONÇALVES, A. (2012): “A Cultura Material, A Musealização e o Turismo. A Valorização da Experiência Turística nos Museus Nacionais”. Dissertação de Doutoramento em Turismo, Universidade de Évora.

HORTA, M. (1994): “Semiótica e Museus”, In Silva, A. e Almeida, C. (Eds.), *Cadernos de Ensaio: Estudos de Museologia*. Rio de Janeiro, IPHAN.

MARTOS, L. e SANTOS, J. (2004): Economía de la cultura, museo y territorio. Una aproximación a la realidad andaluza. In *Encuentro Internacional Museo y Territorio*, Siena e Sevilha p.61-96, Disponível em <http://fama2.us.es:8080/turismo/turismonet1/>. (Consultado a 13 de Outubro de 2014).

MARUJO, N. *et al* (2013): “Turismo Cultural em Cidades Históricas: A Cidade de Évora e as Motivações do Turista Cultural”. TURyDES – Revista de Turismo y Desarrollo. Vol. 6, Nº 14, p.1-10.

MARUJO, N. *et al* (2013): “Turismo Cultural em Cidades Património Mundial: a importância das fontes de informação para visitar a cidade de Évora”. *Tourism and Hospitality International Journal*, Vol.1, p. 137-156.

PÉREZ, X. (2009): “*Turismo Cultural. Uma visão antropológica*”. Disponível em <http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosoedita/PSEdita2.pdf> (Consultado em Outubro de 2014).

ROBINSON, M. e PICARD, D. (2006): “Tourism, Culture and Sustainable Development”. Division of cultural policies and intercultural dialogue, Culture Sector UNESCO.

SANTOS, S. (2012): “O Museu como elemento valorizador do destino: o estudo caso de Évora”. Trabalho de Fim-de-Curso, Universidade de Évora.

SANTOS, S. e MARUJO, N. (2013): “O museu como elemento valorizador do destino Évora”. In Marujo, N. (Coord.), *Os estudos do turismo na universidade de Évora: ensino e investigação*. Departamento de Sociologia da ECS da Universidade de Évora.

SHOUTEN, F. (1995): "Improving visitor care in heritage attractions". *Tourism Management*, Vol.16, N. 4, p.259-261.

VALLADARES, J. (2010): "Museus para o povo: um estudo sobre museus americanos com ilustrações". Secretaria de Educação e Saúde, Salvador.